

УДК 003.07.3

МЕТОДИКА РОЗРОБКИ ЛОГОТИПА ЗАСОБАМИ КАЛІГРАФІЇ

О. Б. Бережна

*Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця,
просп. Науки, 9а, Харків, 61001, Україна*

Запропоновано методику створення логотипа засобами каліграфії. Початковим етапом цієї методики є генерація ідеї для створення логотипа засобами каліграфії. Для цього проводиться аналіз цільової аудиторії та побажань замовника. Визначається загальна композиція, стилістика виконання, модульна сітка, налаштовується розміщення напису на заданому форматі поверхні, що полегшує роботу новачку-каліграфу. Розглянуто загальні особливості створення логотипа засобами каліграфії, що має певні переваги та особливості порівняно з іншими методами розробки логотипа. Здійснено порівняння технологій растрової та векторної графіки для вирішення задачі розробки логотипа засобами каліграфії. Розроблено векторизований каліграфічний логотип за методом «плавних ліній». Практичним результатом цієї статті є маркетингова концепція напису-логотипа «Gardarika», яка спроектована на основі запропонованої автором методики створення логотипа засобами каліграфії. Подальшим напрямом цього дослідження може стати розроблення методики оцінювання якості розроблення логотипа засобами каліграфії.

Ключові слова: *засоби каліграфії, логотип, маркетингова концепція, модульна сітка, загальна композиція.*

Постановка проблеми. Провідною тенденцією сучасної видавничо-поліграфічної справи є розвиток шрифтового оформлення друкарської продукції. В основі шрифтового оформлення різнотипних видань, зокрема рекламної продукції, часто використовують мистецтво каліграфії. Отже, удосконалення шрифтового оформлення рекламної поліграфічної продукції часто неможливо без відповідної каліграфічної корекції. Ці аспекти підтверджують актуальність цієї статті, яка спрямована на вивчення, аналіз і оптимізацію процесу розробки логотипа засобами каліграфії.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Наукові праці з тематики цього дослідження присвячені аналізу електронних засобів каліграфії [1–5], створенню математичних моделей проектування каліграфічних надписів [2–5], розробці адаптивних алгоритмів підтримки каліграфічного мистецтва [6–9], проектуванню механізмів обробки графічних зображень у мобільних додатках [10–14]. Проте в спеціалізованій літературі немає цілісної науково-обґрунтованої методики створення логотипа засобами каліграфії.

Мета статті — розробка методики створення логотипа засобами каліграфії.

Виклад основного матеріалу дослідження. Каліграфія — одна з галузей образотворчого мистецтва, яку називають мистецтвом красивого письма. Історія мистецтва каліграфії пов'язана з історією створення рукописного шрифту та інструментами для письма. До винаходу друкарства каліграфія була основним способом графічного оформлення тексту [15].

Для сучасного мистецтва каліграфії характерне прагнення до авторської виразності як в композиції загалом, так і в деталях моделювання форми. Каліграфи люблять відчувати в роботі імпровізацію, унікальність і неповторність створеного, коли у формі відчувається момент її виготовлення. Досягається це різними засобами, зокрема шляхом навмисної демонстрації уявних дефектів (нерівномірність щільності, рваність контуру, зриви фарби по фактурі матеріалу). У такий спосіб автор змушує не просто читати написане, а повільно споглядати композицію.

Створення логотипа засобами каліграфії має кілька переваг та особливостей порівняно з іншими методами розробки логотипа. Ось деякі з них:

1. Каліграфічний логотип має можливість відображати унікальність та особливість бренду. Кожен каліграфічний знак створюється за допомогою рухів пензля або пера, що дає можливість створити унікальні форми та лінії, що складаються у зображення.

2. Логотип, створений засобами каліграфії, може мати більш природні та органічні форми та лінії порівняно з логотипами, створеними за допомогою комп'ютерних програм. Кожен знак створюється вручну, що надає логотипу природність та живу енергію. Він може мати органічну форму, що нагадує природні елементи, такі як дерева, квіти та вода.

3. Каліграфія — це мистецтво створення красивих та ефектних знаків, ліній та форм. Логотип, створений засобами каліграфії, може бути надзвичайно ефектним та привабливим для ока, завдяки красі та елегантності каліграфічних знаків.

4. Каліграфічний логотип може бути досить гнучким та адаптивним для використання в різних медіа та форматах. Оскільки кожен знак створюється окремо, можна легко модифікувати його форму та розмір, щоб він підходив для різних цілей та форматів.

5. Каліграфія є старовинним мистецтвом, яке має багату історію та традиції, тому логотип може підкреслити саме традиційність та історичність бренду. Каліграфічний логотип може відображати культурну спадщину і звичаї певної нації.

Проектування каліграфічного логотипа має свої особливості:

- складність створення: каліграфія є складним мистецтвом, що потребує від автора вміння контролювати рух пера або пензля і навичок створення складних форм та елементів;
- часові витрати: розробка каліграфічного логотипа може бути дуже трудомістким процесом, оскільки кожен знак створюється вручну. Це може зайняти значно більше часу, ніж створення логотипа за допомогою комп'ютерних програм;
- обмежена читабельність: каліграфічні знаки можуть бути складними для читання та розуміння, особливо для людей, які не знайомі з каліграфією або не мають досвіду у читанні складних шрифтів;

- вимоги до умінь та досвіду: для створення каліграфічного логотипа потрібні вміння та досвід у каліграфії, не кожен дизайнер вільно володіє цим мистецтвом, тому може знадобитися пошук кваліфікованого каліграфа або здобуття відповідних навичок та знань.

Отже, цей метод може бути відмінним варіантом для створення унікального та індивідуального логотипа для бренду, але потребує певного рівня досвіду та умінь у каліграфії.

Додаткові складнощі можуть виникнути під час друку каліграфічних логотипів через їх особливості та складність. Одне з головних обмежень — це складність перенесення каліграфічного логотипа на електронну форму, яка потрібна для друку. Каліграфічний логотип може бути створений вручну на папері, і його потрібно перевести у цифровий формат, щоб друкувати. Це може бути складно, оскільки деталі та особливості шрифту під час цього процесу можуть втрачатися. Наприклад, якщо логотип має багато дрібних деталей або кривих ліній, то його може бути складно роздрукувати в малих розмірах або на матеріалах з обмеженими можливостями друку.

Основні етапи методики проектування логотипа за допомогою каліграфії:

1. Вивчення бренду та його цілей, його образу, що допоможе обрати відповідний стиль каліграфії та кольори.

2. Створення набору ескізів, які містять різні варіанти каліграфії та композицій для визначення стилю каліграфії, який найкраще відображає бренд та його цілі.

3. Колір може дуже вплинути на сприйняття логотипа, тому важливо обрати кольори, які викликають потрібні асоціації і найкраще відповідають бренду та його цілям.

4. У фінальній версії логотипа потрібно перевірити розмір, форму та розташування кожної літери, щоб досягти найкращого результату. Розробляється також монохромна версія логотипа та його інверсія.

5. Редагування та уточнення фінальної версії, перевірка її на наявність помилок та можливих недоліків. Потрібно також переконатися, що логотип підходить для використання в різних форматах та медіа, таких як вебсайти, друковані матеріали, рекламні банери тощо. Після цього можна провести консультації зі замовником та внести додаткові корективи, якщо це необхідно.

6. Після уточнення та погодження остаточної версії розроблений логотип передається замовнику у відповідному форматі, щоб він міг використовувати його для свого бізнесу.

Загалом розробка логотипа засобами каліграфії може зайняти досить багато часу, але результат може бути унікальним.

Практична реалізація запропонованої методики була здійснена у вигляді розробки логотипа чайно-кавової компанії GARDARIKA (Tea & Coffee service).

Каліграфічний логотип — умовний термін, що не визначає всієї широти спектра знаків і графічних написів, при побудові яких використовуються живі, рукописні прийоми.

Перед тим як почати розробляти логотип засобами каліграфії, необхідно зробити аналіз цільової аудиторії. Складаючи портрет цільової аудиторії, потрібно

завжди пам'ятати, що цільова аудиторія — це група людей/клієнтів, яка прагне задовольнити ту потребу, яку вирішує продукт, що пропонується. Цільова аудиторія може бути широкою (наприклад, всі споживачі розчинної кави) або вузькою (наприклад, споживачі певної ексклюзивної кави). Що більша цільова аудиторія, то її опис буде більш розмитим, тому що складно буде виділити яскраво виражені характеристики споживачів (усі споживачі можуть будуть дуже різними).

Для створення каліграфічного логотипа були обрані такі матеріали (рис. 1):

- корковий тримач;
- гострокінцеве перо Leonardt 300;
- туш Darvi;
- папір для акварелі та офісний папір високої якості.



Рис. 1. Підібрані матеріали

Після того як матеріали обрані, потрібно зробити пробні нанесення. Найскладнішим спочатку може виявитися управління пером в потрібних напрямках без опору. Перо норювить чіплятися тонким кінчиком за папір, застрягати в ньому. Можливі бризки туші і плями. Одне з найбільш ефективних пробних нанесень для перевірки взаємодії пера, туші та паперу — гармонійна крива (рис. 2).

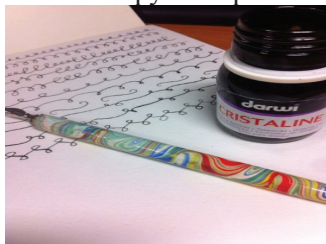


Рис. 2. Гармонійна крива

Рекомендується робити натиск ширше, для цього потрібно м'яко, але сильно натискати на кінчик пера, тоді виходить гармонійний ряд набагато ефектніше.

Створення логотипів брендів з використанням каліграфії — популярний тренд в логопроектванні. Унікальність каліграфічного логотипа є його відмінною рисою і запорукою однозначної ідентифікації бренду і його логотипа. Каліграфічні логотипи зазвичай прості і мають прямий зрозумілий сенс. Рукописне накреслення може використовуватися як окремий самостійний елемент чи в поєднанні з графічним зображенням логотипа, підкреслюючи сенс і характер зображення.

Стилістичні пошуки. Важливо зрозуміти характер напису і розібратися з римами і акцентами в елементах напису. Для того щоб зробити більш конкретні висновки щодо вибору стилю каліграфічного логотипа, було проведено опитування спеціалістів галузі (логомейкерів). Основними критеріями опитування були запам'ятовуваність, привабливість зовнішнього вигляду. В опитуванні взяли участь 15 осіб. Після аналізу результатів опитування було визначено, що для каліграфічного логотипа найбільше підходить стиль сучасної каліграфії (табл.).

Таблиця

Результати аналізу стилю каліграфічного логотипа у шкалі від 1 до 10

Стиль				
Готичний стиль	Сучасна каліграфія	В'язь	Скоропис	Антиква
				
6.8	9.4	0.5	5.4	3.3

Перед тим як почати розробляти каліграфічний логотип, потрібно знати, що це буде за фраза (слово), а також приблизний характер композиції. Для початку потрібно знайти зображення-референси (рис. 3) в сучасному стилі каліграфії.



Рис. 3. Вибрані референси

Також потрібно вибрати композиційне рішення для каліграфічного логотипа, а саме: різновид симетрії. Їх існує декілька типів: осьова, дзеркальна, дисиметрія, асиметрія та інші [1]. Оскільки логотип має бути візуально «стійким» для відображення преміального статусу бренду, то вибираємо дзеркальну симетрію. Це найпростіший вид композиційного рішення візуальної графіки (рис. 4), який базується на рівності двох частин форми, кольору, маси тощо.



Рис. 4. Приклад дзеркальної симетрії

Схематично така симетрія має вигляд умовної прямої лінії, розміщеної в якомусь напрямку, по обидві сторони якої як форма (зображення), так і її елементи не повторюються і знаходяться на однаковій відстані від цієї умовної лінії.

Після аналізу тематики, визначення ступеня відповідності, мети концепції логотипа засобами каліграфії, вибору фрази/слова, вибору стилю виконання, пошуку референсів, визначення загальної композиції напису можна приступити до створення першого ескізу (рис. 5).

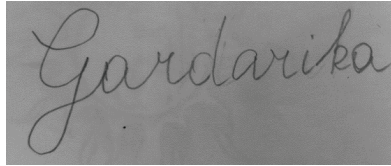


Рис. 5. Перший ескіз

На першому етапі використовується олівець замість пера, оскільки багаторазово перемальовуються літери, поки не буде досягнута дзеркальна симетрія.

Модульна сітка дає змогу логічно розміщувати літери, полегшуючи у такий спосіб їхнє сприйняття, і надає набір напрямних, що утворюють «каркас» для майбутнього логотипа.

Для того щоб чітко налаштувати модульну сітку, можна використати скрипт Ruled Calligraphy Paper (calligraphypaper.appspot.com), в якому можна задати ширину пера в міліметрах, ширину та висоту літер як прописних, так і рядкових; налаштувати розмір паперу, задати колір різним напрямним (рис. 6).

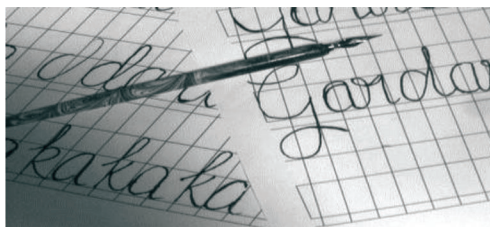


Рис. 6. Модульна сітка для каліграфічного логотипа

Схему побудови, «скелет» літери або знака, який відрізняє його від інших літер (знаків) алфавіту, незалежно від гарнітури, накреслення тощо, наведено на рис. 7.



Рис. 7. Наочне порівняння графеми зі скелетом

Основою на графемах літер, можна зробити підбір гліфів до кожної літери. Гліф — це конкретне графічне (мальоване) подання графеми або графем (рис. 8).



Рис. 8. Приклади гліфів, що представляють рядкову латинську букву «а»

Для того щоб логотип засобами каліграфії виглядав як витвір мистецтва або ж просто одним цілим, використовують різні об'єднання літер — лігатури, тобто знак (символ), який об'єднує дві і більше літер. На рис. 9 наведені приклади стандартних лігатур латиниці.

AE → *Æ* *ij* → *ij*
ae → *æ* *st* → *st*

Рис. 9. Стандартні лігатури

Зазвичай в лігатурі знаки змінюють свою форму порівняно зі своїм традиційним виглядом (рис. 10).



Рис. 10. Робота з графемами, гліфами та лігатурою

Знімок логотипа, створеного засобами каліграфії, — це лише початок (рис. 11). Обробка фотографії дає змогу поліпшити якість знімка, видалити дефекти і дрібні недоліки.



Рис. 11. Зображення перед/після кольорокорекції

Після того як логотип засобами каліграфії пройшов кольорокорекцію, зберігаємо зображення в растровому форматі. Доречно перевести логотип засобами каліграфії у векторний формат (рис. 12).

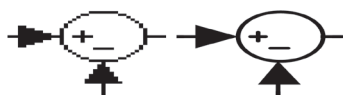


Рис. 12. Порівняння растрової та векторної графіки

Фінальним етапом є вибір ступеня «рукописності» логотипа засобами каліграфії в програмі Adobe Illustrator і підбір фірмових кольорів для каліграфічного логотипа (рис. 13). Ці аспекти детально розглянуті у публікації [9].



Рис. 13. Векторизований каліграфічний логотип за методом «плавних ліній»

Незважаючи на те, що неможливо ідеально узгодити всі кольори на різних пристроях, можна управляти кольорами для забезпечення того, щоб більшість кольорів були однаковими або аналогічними до такої міри, що вони будуть здаватися однаковими. Кольори в колірних моделях RGB, CMYK та Pantone у розглянутому прикладі були візуально однаковими, тому не знадобилося ручне корегування.

Висновки. Прикладним значенням цієї роботи є отримання науково-практичного результату у вигляді маркетингової концепції напису-логотипа «Gardarika», створеного за допомогою запропонованої автором методики проектування логотипа засобами каліграфії.

Унікальність розробленої методики полягає в тому, що її початковим етапом є генерація ідеї для створення логотипа засобами каліграфії, де проводиться аналіз цільової аудиторії та побажання замовника. Проаналізувавши тематику, для якої створюється каліграфічний логотип, визначається загальна композиція, стилістика виконання, модульна сітка, налаштовується розміщення напису на заданому форматі поверхні. Після формування «каркасу» та відмальовування напису кожна літера перевіряється щодо її графемі, здійснюється вибір форми гліфу та пошук букв для створення лігатур, що робить роботу більш читабельною та проробленою. Після того як логотип готовий, розпочинається етап оцифрування.

Цей науково-практичний результат дає змогу вирішити прикладну проблему у видавничо-поліграфічній справі, що полягає у складності створення маркетингової концепції для напису — логотипа рекламної продукції, і наукову проблему, яка виявлена у відсутності методичного забезпечення створення логотипа засобами каліграфії. Подальшим напрямом для розвитку цього дослідження може стати створення методики оцінювання якості розроблення логотипа засобами каліграфії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрищенко Т. Ю., Бережна О. Б. Методика вибору ілюстративного та шрифтового оформлення у виданнях для дітей. *Поліграфія і видавнича справа*. 2023. № 1 (85). С. 91-100. DOI: <https://doi.org/10.32403/0554-4866-2023-1-85-91-100>.
2. Khamula O. H., Soroka N. V., Vasiuta S. P. Factors of influence of interface use based on mobile applications. *Наукові записки [Української академії друкарства]*. 2016. № 2. С. 28–36.

3. Hryshchuk R. Synergetic control of social networking services actors' interactions. *Recent Advances in Systems, Control and Information Technology*, 2017. № 543. Pp. 34-42. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-319-48923-0_5.
4. Martins P. A Web-based Tool for Business Process Improvement. *International Journal of Web Portals*. 2017. № 9. Pp. 68–84. DOI: <https://doi.org/10.4018/IJWP.2017070104>.
5. Бережна О. Б. Принципи побудови адаптивного інтерфейсу мультимедійних додатків. *Поліграфія і видавнича справа*. 2022. № 1 (83). С. 80-87.
6. Canessa E., Zennaro M. A Mobile Science Index for Development. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*. 2012. № 6 (1). Pp. 4–6.
7. Norris D. Content Machine: Use Content Marketing to Build a 7-Figure Business With Zero Advertising. Kindle Edition, 2017. 164 p.
8. Khamula O. H., Soroka N. V., Vasiuta S. P. Optimization of mathematical model of the impact factors hierarchy of the interface use based on mobile. *Поліграфія і видавнича справа*. 2016. № 2 (72). С. 28-35.
9. Бережна О. Б., Слепцова А. Б. Розробка методики визначення шрифтів для рекламних інтернет-комунікацій. 2021. *Поліграфічні, мультимедійні та веб-технології: монографія / редкол.: В. П. Ткаченко та ін. Харків : ТОВ «Друкарня Мадрид»*. С. 13-22.
10. Mulisch M. Tissue-Printing. Springer. 2014. 40 p. DOI: 10.1007/978-3-658-03867-0.
11. Safonov I. Adaptive Image Processing Algorithms for Printing. Springer. 2018. 304 p. DOI: 10.1007/978-981-10-6931-4.
12. Hrabovskyi Y., Brusiltseva Yu. The methodology of developing a mobile application design for creating a genealogical tree. *Поліграфія і видавнича справа*. 2022. № 1 (83). С. 66-78.
13. Aralova N. I., Kyiashko O. Y. The Method of Technology Evaluation Based on Improved Cost Approach. *Science and Innovation*. 2017. № 13 (3). Pp. 65–76. DOI:10.15407/scine13.03.065.
14. Kapela R., Guinness K., O'Connor N. Real-time field sports scene classification using colour and frequency space decompositions. *Journal of Real-Time Image Processing*. 2017. Vol. 13. Issue 4. Pp. 725–737. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11554-014-0437-7>.

REFERENCES

1. Andryushchenko T. Yu., Berezhna O. B. (2023). Metodyka vyboru ilyustratyvnoho ta shryftovoho oformlennya u vydannyakh dlya ditey: Polihrafiya i vydavnycha справа, 1 (85), 91-100. DOI: <https://doi.org/10.32403/0554-4866-2023-1-85-91-100> (in Ukrainian).
2. Khamula, O. H., Soroka, N. V., & Vasiuta, S. P. (2016). Factors of influence of interface use based on mobile applications: Naukovi zapysky [Ukrainskoi akademii drukarstva], 2, 28–36 (in English).
3. Hryshchuk, R. (2017). Synergetic control of social networking services actors' interactions: Recent Advances in Systems, Control and Information Technology, 543, 34–42. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-319-48923-0_5 (in English).
4. Martins, P. (2017). A Web-based Tool for Business Process Improvement: International Journal of Web Portals, 9, 68–84. DOI: <https://doi.org/10.4018/IJWP.2017070104> (in English).
5. Berezhna, O. B. (2022). Pryntsypy pobudovy adaptivnoho interfeisu multymediinykh dodatkov: Polihrafiya i vydavnycha справа, 1 (83), 80–87 (in Ukrainian).

6. Canessa, E., & Zennaro, M. (2012). A Mobile Science Index for Development: International Journal of Interactive Mobile Technologies, 6 (1), 4–6 (in English).
7. Norris, D. (2017). Content Machine: Use Content Marketing to Build a 7-Figure Business With Zero Advertising. Kindle Edition (in English).
8. Khamula, O. H., Soroka, N. V., & Vasiuta, S. P. (2016). Optimization of mathematical model of the impact factors hierarchy of the interface use based on mobile: Polihrafiia i vydavnycha sprava, 2 (72), 28–35 (in English).
9. Berezhna O. B., Slyeptsova A. B. (2021). Rozrobka metodyky vyznachennya shryftiv dlya reklamnykh internet-komunikatsiy: Polihrafichni, multymediyni ta web-tekhnolohiyi: monohrafiya / redkol.: V. P. Tkachenko ta in. Kharkiv : TOV «Drukarnya Madryd», 13-22 (in Ukrainian) .
10. Mulisch, M. (2014). Tissue-Printing. Springer. DOI: 10.1007/978-3-658-03867-0 (in English).
11. Safonov, I. (2018). Adaptive Image Processing Algorithms for Printing. Springer. DOI: 10.1007/978-981-10-6931-4 (in English).
12. Hrabovskiy, Y., & Brusiltseva, Yu. (2022). The methodology of developing a mobile application design for creating a genealogical tree: Polihrafiia i vydavnycha sprava, 1 (83), 66–78 (in English).
13. Aralova, N. I., & Kyiashko, O. Y. (2017). The Method of Technology Evaluation Based on Improved Cost Approach: Science and Innovation, 13 (3), 65–76. DOI:10.15407/scine 13.03.065 (in English).
14. Kapela, R., Guinness, K., & O'Connor, N. (2017). Real-time field sports scene classification using colour and frequency space decompositions: Journal of Real-Time Image Processing, 13, Issue 4, 725–737. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11554-014-0437-7> (in English).

doi: 10.32403/0554-4866-2023-2-86-60-70

METHODS OF LOGO DEVELOPMENT USING CALLIGRAPHY

O. B. Berezhna

*Semen Kuznets Kharkiv National University of Economics,
9a, Nauky Ave., Kharkiv, 61001, Ukraine
Lelya.b2020@gmail.com*

The article proposes the development of a technique for creating a logo using calligraphy. The initial stage of this technique is the generation of an idea for creating a logotype using calligraphy. For this, an analysis of the target audience and the wishes of the customer is carried out. The general composition, execution style, modular grid are selected in advance, the placement of the inscription on the given surface format is adjusted, which facilitates the work of a novice calligrapher. After the “framework” is formed and the inscription is drawn, each letter is checked for its grapheme, the choice of glyph shape and the search for letters to create ligatures, which makes the work

more readable and finished. Moreover, already after the logo is ready, the digitization stage begins. The general features of creating a logo using calligraphy, which has several advantages and features compared to other methods of logo development, are considered. A comparison of raster and vector graphics technologies is made to solve the problem of developing a logo using calligraphy. A vectorized calligraphic logo is developed using the “smooth lines” method. The practical result of this work is the marketing concept of the inscription-logo “Gardarika”, which is designed based on the use of the author’s proposed method of creating a logo using calligraphy. This scientific and practical result allows solving an applied problem in the publishing and printing business, which consisted in the difficulty of creating a marketing concept of the inscription-logo of advertising products, and a scientific problem that is manifested in the lack of methodical support for creating a logo by means of calligraphy. The further direction of this research may be the development of a methodology for assessing the quality of logo design using calligraphy.

Keywords: *calligraphy tools, logo, marketing concept, modular grid, general composition.*

Стаття надійшла до редакції 11.07.2023.

Received 11.07.2023.